

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam menghadapi persaingan yang ketat antar perusahaan dalam negeri, menjadikan perusahaan di Indonesia semakin berlomba-lomba mencapai keunggulan di pasar global (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Di era kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan saat ini, masyarakat pada umumnya ingin serba lebih cepat dan praktis. Perusahaan dituntut untuk selalu melakukan inovasi dan strategi-strategi yang terbaik agar mampu bersaing dalam pasar global. Persaingan tersebut membuat setiap perusahaan berupaya meningkatkan tujuan dan kinerjanya agar dapat tercapai (Setiadewi dan Purbaawangsa, 2014).

Salah satu sektor industri yang pertumbuhannya cenderung stabil adalah sektor industri konsumsi makanan dan minuman. Berdasarkan laporan kementerian perindustrian, pertumbuhan industri makanan dan minuman terus mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2016 sebesar 8,46%, pada tahun 2017 mencapai sebesar 9,23%, hingga sepanjang tahun 2018 industri makanan dan minuman mampu tumbuh sebesar 7,91% atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional di angka 5,17% (Kemenperin, 2019). Hal ini disebabkan karena industri sektor ini tidak mudah terpengaruh oleh musim. Walaupun terjadi krisis ekonomi, kelancaran produk industri *Consumer*

*Goods Industry* akan tetap terjamin, sebab kebutuhan masyarakat akan konsumsi makanan dan minuman tidak akan berhenti dalam kondisi apapun.

Tujuan perusahaan selain mendapat keuntungan, salah satunya adalah dapat meningkatkan nilai perusahaan dan mensejahterakan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Tujuan perusahaan dapat terwujud apabila sumber pendanaan perusahaan terpenuhi. Karena sering kali perusahaan mengalami kesulitan perolehan modal yang berakibat pada kinerja barang atau jasa yang dihasilkan kurang maksimal, sehingga perusahaan tidak dapat bersaing dalam pasar global. Masalah ini dapat teratasi dengan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan tercermin dari harga saham yang stabil. Jika harga saham meningkat, maka nilai perusahaan pun juga ikut bertambah, sehingga berdampak pada peningkatan nilai pemegang saham yang dibuktikan melalui tingginya tingkat pengembalian investasi yang tinggi bagi pemegang saham (Setiadewi dan Purbawangsa, 2014).

Nilai perusahaan dapat diukur dengan beberapa aspek, salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham mencerminkan penilaian investor atas semua ekuitas perusahaan. Nilai perusahaan mencapai tingkat keberhasilan tergantung dari penilaian investor (Soebiantoro dan Sujoko, 2007). Karena tingginya harga saham akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan dan prospeknya di masa yang akan datang. Harga saham meningkat akan berdampak pada peningkatan nilai pemegang saham yang dibuktikan dengan return yang tinggi kepada pemegang saham (Suharli, 2006).

Fama (1978) menyatakan bahwa keputusan investasi besar pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat diartikan bahwa pentingnya keputusan investasi dalam perusahaan, karena untuk mencapai tujuan perusahaan hanya akan dihasilkan melalui kegiatan investasi perusahaan (Hasnawati, 2005). Dalam melakukan investasi perusahaan harus mempertimbangkan pengambilan keputusan seorang manajer karena akan berpengaruh besar pada perusahaan, yang mana manfaatnya akan direalisasikan dimasa mendatang. Adanya ketidakpastian investasi di masa yang akan datang membuat adanya risiko yang harus dihindari agar menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Ketika keputusan investasi perusahaan meningkat, maka semua hal yang menyangkut fundamental perusahaan juga mengalami peningkatan. Meningkatnya investasi akan meningkatkan deviden, menjadikan aset perusahaan semakin baik dan bertambah pula yang mana akan meningkatkan proses produksi perusahaan. Operasional produksi yang berjalan optimal akan meningkatkan penjualan menjadikan laba perusahaan semakin naik dan kinerja perusahaan juga akan meningkat. Hal ini akan menambah minat investor untuk melakukan pembelian saham perusahaan. Semakin banyak investor yang membeli saham perusahaan, maka harga saham suatu perusahaan akan meningkat dan akan meningkatkan pula nilai perusahaan.

Hasil penelitian Fenandar dan Raharja (2012), Prasetyo (2013), Ardestani *et al.* (2013), Prasetyorini dan Fitri (2013) dan Ayem dan Nugroho (2016) tentang keputusan investasi terhadap nilai perusahaan menunjukkan

ada pengaruh positif antara keputusan investasi terhadap nilai perusahaan. Sementara penelitian Rakhimsyah dan Gunawan (2011), Ustiani (2015), Rinnaya *et al.* (2016), dan Pirstina dan Khairunnisa (2018) menyatakan bahwa keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh keputusan pendanaan. Sumber pendanaan dapat diperoleh dari internal atau eksternal perusahaan. Selain itu sumber pendanaan bisa berasal dari hutang atau modal sendiri. Menurut (Brigham dan Gapenski, 1996) dalam Prapaska dan Siti (2012) nilai perusahaan dapat ditingkatkan melalui kebijakan hutang. Besarnya hutang yang digunakan oleh perusahaan adalah suatu kebijakan yang berhubungan dengan struktur modal.

Ayem dan Nugroho (2016) menyatakan bahwa semakin tinggi proporsi utang maka semakin tinggi nilai perusahaan. Ketika utang tinggi, bunga yang didapat perusahaan juga tinggi. Bunga yang tinggi dapat mengurangi laba yang diperoleh perusahaan yang berdampak pada menurunnya kinerja perusahaan. Melihat kejadian tersebut, menjadikan investor tidak tertarik untuk melakukan pembelian saham perusahaan. Sehingga harga saham perusahaan akan turun dan nilai perusahaan juga menurun.

Kebijakan hutang yang akan diambil perusahaan juga berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam mengembalikan hutangnya. Kemampuan perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan para kreditur untuk meminjamkan dana kepada perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus sangat hati-hati dalam menentukan kebijakan hutangnya karena peningkatan

penggunaan hutang akan menurunkan nilai perusahaannya (Soebiantoro dan Sujoko, 2007).

Hasil penelitian tentang pengaruh keputusan pendanaan terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh penelitian terdahulu seperti Hasnawati (2005), dan (Wahyudi dan Pawestri, 2006), Wijaya (2010) dan Rinnaya *et al.* (2016) menyatakan bahwa keputusan pendanaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara hasil penelitian Fenandar dan Raharja (2012), Moniaga (2013), Pamungkas dan Puspaningsih (2013), Ustiani (2015), dan Nurlela *et al.* (2019) menyatakan bahwa keputusan pendanaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas juga dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari penjualan barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Disamping itu, profitabilitas sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen keuangan dimasa mendatang. Apabila laba yang dihasilkan perusahaan meningkat, maka akan menghasilkan kinerja yang baik sehingga mendapat tanggapan positif dari investor dan harga saham meningkat (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Persepsi baik dari investor kepada perusahaan akan menjadikan mereka melakukan pembelian saham perusahaan. Banyaknya investor yang membeli akan meningkatkan harga saham perusahaan, yang mana akan meningkatkan pula nilai perusahaan.

Sebelumnya telah banyak dilakukan penelitian terdahulu yang melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, diantaranya adalah Setiadewi, K. A. Y., dan I. B. A. Purbawangsa (2014), Ayem dan Nugroho (2016), Rinnaya *et al.* (2016), dan Rudangga dan Sudiarta (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara peneliti Moniaga (2013), Putra (2013), Tarima (2016), Fatima (2017), dan Thaib dan Dewantoro (2017) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Nurlela *et al.* (2019) mengenai pengaruh keputusan investasi dan keputusan pendanaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Nurlela adalah peneliti mengubah hampir semua proksi pengukuran dari setiap variabel independen dan dependen.

Adanya perbedaan-perbedaan dari penelitian sebelumnya menyebabkan perlunya diteliti lebih lanjut hubungan antara pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan di perusahaan Indonesia, maka dalam penelitian ini mengambil kasus pada perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di BEI tahun 2018.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah Keputusan Investasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di BEI tahun 2018?

2. Apakah Keputusan Pendanaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di BEI tahun 2018?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di BEI tahun 2018?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di BEI tahun 2018
2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh Keputusan Pendanaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di BEI tahun 2018
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di BEI tahun 2018

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Memberikan informasi kepada perusahaan dan pemerintah dalam membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen keuangan dimasa mendatang.
2. Memberikan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di

BEI tahun 2018 sehingga dapat dijadikan pedoman untuk dilakukan kembali penelitian yang sama di tahun yang akan datang.

3. Memberikan informasi kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut mengenai keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan protabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di BEI tahun 2018.

